

小樽観光の方向性

これまでの議論の流れ

第二回委員会では、小樽観光の現状と課題、目指すべき姿について議論した。様々な意見交換を整理し、キーワードと目指すべき姿のイメージをまとめた。

議論から導き出された
キーワード

- 海より山(未開の地)
- オンリーワンの魅力(鉄道)
- “歴史”を取り巻くストーリーとその追体験
- 奥深さの体験と“気づき”
- 市民との交流
- おもてなしの当事者意識
- “人情”と“ふれあい”
- 的確な情報提供
- 市民一人ひとりの自覚

小樽観光の
目指すべき姿

ホンモノの小樽とふれあう

——人とふれあい、新しい発見があり、また来たいと思えるまち——

第三回委員会では、第二回で抽出された小樽観光の課題、目指すべき姿について追加すべきテーマや考え方などを議論した。（主な意見は以下）

- 「試食」「客引き」などが堺町の一部で横行し、小樽が質の高い観光を目指す観点からみると、違和感を感じている。
- 住民がその地の歴史や文化を認識して、その良いところを見てもらうことを観光の原点と考えると、市民の意識改革が大切である。
- 国の観光計画を考えると、札幌や後志管内との連携なくして小樽の観光は考えられないのではないか。小樽は、観光としての地域のつながりは弱い。これからは広域をキーワードにして考えて、小樽らしさのある新しいもの、世界に通用する魅力を打ち出していくことが不可欠だと思う。
- 広域連携は重要。広域連携のDMOを国がやり始めたが、そのプラットフォームを構築する必要性を感じる。戦略的には広域圏にある統一的なテーマが必要。それによって近隣自治体を巻き込んだ展開が可能になる。
- 後志の連携で考えると、ワイン、道産酒などがあるので酒を中心にして、それにあう地元の食材を組み合わせることなども大きな魅力だと思う。地元の強みである食材を活かした観光ルート開発が考えられる。
- 小樽の生活、文化、風習を伝えるという視点で小樽らしさを訴求するという意味で“異日常”というテーマはどうか。



- ニセコは国際化のゲートウェイになりつつあるので、そこから小樽に来てもらう工夫はどうか。外国人をターゲットに、ITと観光の融合を図った、「ひとりで歩けるまち」というようなコンテンツが必要だと思う。
- 小樽だけでもっと魅力を発掘して稼げる観光地を目指してほしい。小樽がひとつのディズニーランドで、いろいろなルートを組み合わせて小樽の歩き方、小樽らしさを見い出していくという発想。
- 小樽の中だけでの連携というのもいろいろ考えられる。小規模なコミュニティ、町内会などに目を向けることで、どれだけ市民を観光に巻き込めるかが大事では。また、ビジョンには目標数字などを入れ、市民にもわかりやすくすることも必要ではないか。
- 異文化を知ることが幼いころから体験できる機会があるので、接客の体験や外国人を知る体験など学校のプログラムと観光を結びつけることができれば、より小樽らしさが出せると思う。
- 高齢者も意欲的な方が多いが、若者が主体でなければまちづくりは進まない。そのための人材育成として学校のプログラムと観光を結びつけるのはいいと思う。
- ホンモノの小樽という点では、歴史や文化が重要になってくるが、「歴史」と「観光」の管轄部署が違うが、うまく連携していくことが大切であると思う。



概ね第二回の内容を理解、共有した議論となった。
委員より出された意見を集約し、小樽観光の方向性のポイントとして**大きく3テーマに分類**した。

1 点在する資源を“面”として活用する、広域連携による取り組み

小樽の魅力を“広げて”考える——

経済の活性化のために、連携は不可欠な要素と捉える。単に地理的なつながりとしてではなく、地域の共通テーマや統一テーマを設定した連携という戦略的な活動が前提。新しい広域イメージづくりは持続的な発展が期待できる。その意味で、DMOのプラットフォーム構築も視野に入れておく。

2 独自性を活かした魅力発掘で、多様化するニーズに対応する取り組み

小樽の魅力を“深めて”考える——

既存の資源を効果的に演出したり、新しい視点で小樽らしさを見出すことで、行き詰った現状を打開する。小樽の多様な観光資源をアピールすることで、観光客は新しい気づきと出会い、再訪意識を高める。自然環境を活かした知られざる小樽の魅力、“異日常”感のある歴史、文化の訴求や、ITを活用したコンテンツの開発など、観光資源の奥深さを訴求する。

3 市民の意識改革を図り、市民が積極的に参加する取り組み

市民のモチベーションを“高めて”考える——

市民が観光に対する意識を高く持ち、小樽の歴史や文化を再認識し、小樽らしさや魅力を共有し、質の高い観光を目指す。コミュニティ単位で観光と向き合う企画を取り入れたり、産官学で市民が体験できるプログラムの開発などを図り、小樽ならではの取り組みを具現化する。

小樽観光の方向性と主要施策 8月29日 議論ポイント

小樽市産業港湾部観光振興室

小樽観光の現状と課題

小樽観光の現状

国内観光の現状

北海道観光の現状

小樽観光の現状

小樽観光の課題

観光資源

- 夜が無く(店が早く閉まる、散策もできない、夕食後遊ぶところがない)、朝が無く(市場が無い、つまらない)など。滞在に結び付けるコンテンツが乏しい。
- 観てもらいたいところに行かずに帰る観光客が多い。

受入態勢

(ハード面)

- 繁忙期は宿泊部屋不足によるチャンスロスがある。
- 自由に使えるトイレがなくなってきている(外国人の使い方の問題)。
- ファミリー層が多いが、授乳室が足りない。

(ソフト面)

- 店舗のスタッフは外国人に対して「言葉がわからない、面倒くさい、関わりたくない」という意識がある。
- おもてなしの意識が低いのでは。
- 店舗が閉まるのが早すぎると言われている。

情報発信

- 雪あかりの路など、イベントの情報が十分行き届いていないケースがある。
- 市内周遊ゾーンの告知が広く浸透せず、一部の地域でしか観光しないケースがある。
- 函館と勘違いする観光客が多く見受けられ、イメージの差別化が図られていない。
- これまでの計画や構想について市民はどれだけ認識しているのか。

ターゲット

- 外国人団体客は“一瞬観光”化している。1~2時間程度の滞在で、「人は増えているが購入しない」という実態があり、ツアーは一部のルートにパターン化されている。
- 街の中にも入らない“素通り観光”という動きがある。

小樽観光の現状と課題(訴求ポイント)

観光資源

- 海だけでなく“山”もアピール。未開の内陸部の活用に優位性が見いだせるのではないか。
- 陸路の魅力(鉄道発祥の地＝オンリーワン)を訴求する。
- 北国文化をコンパクトに発信する。
- 歴史から始まり、現代までの一連の物語を追体験できる街歩きの仕方や、市民参加型の動きに連動した仕掛けなどが考えられる。
- 運河(海面としての)をもっと活用すること。
- “日本遺産”に値する歴史文化のストーリー性を訴求する。
- 資源を有効に活用した、新しい“気づき”のある観光を促進する。
- まち歩きを楽しめる資源は豊富にあり、マニアックな層を取り込むことが可能である。

受入態勢

- 外国人個人客には“民”の宿の活用はどうか。
- 外国語ができるスタッフの確保が必要。都会に流れず小樽で働きたいと思えるまちづくりが大切だと思う。
- “人情”や“ふれあい”を大切にしたコミュニケーションによって、差別化を図った魅力あるまちづくりができる。
- 小樽を体感できる体験メニューの開発がもっと必要であり、そのことが滞在を促進し、さらに満足度向上、再訪意識の高まりにつながると思う。
- 高齢者を外国人のガイド役に起用する。

ターゲット

- 市民が安らぐ場という視点から、国内客層、特に高齢者層を意識したい。シャトルバスのサービスなど坂のまちらしいことも。
- 小樽らしさ(歴史や文化と新しいコンテンツの融合)を実感できることをアピールし、いかにリピート客を増やせるか。
- 外国人が注目されているが、国内客のリピーターを増やすことも大切である。

情報発信

- ゾーン別の魅力を明確に知らせる仕組みづくり。
- 札幌に近いという地の利を生かして、資源の質の高さとともに、道内、道外、海外それぞれに違った視点で魅力を訴求する、中身にこだわった観光を考えるべきでは。
- 提言が市民の意識を高める役割に。

小樽観光の目指すべき姿(キーワードと目指すべき姿)

海だけでなく山も(未開の地)

オンリーワンの魅力(鉄道)

“歴史”を取り巻くストーリーとその追体験

奥深さの体験と“気づき”

市民との交流

おもてなしの当事者意識

“人情”と“ふれあい”

的確な情報提供

市民一人ひとりの自覚

小樽観光の目指すべき姿

ホンモノの小樽とふれあう
「人とふれあい、新しい発見があり、また来たいと思えるまち」

小樽観光の目指すべき姿と方向性

小樽観光の目指すべき姿

ホンモノの小樽とふれあう
「人とふれあい、新しい発見があり、また来たいと思えるまち」

小樽観光の方向性

独自性を活かした魅力発掘で、多様化するニーズに対応する取り組み

点在する資源を“面”として活用する、
広域連携による取り組み

市民の意識改革を図り、市民が
積極的に参加する取り組み

小樽観光の方向性と主要施策

小樽観光の方向性

独自性を活かした魅力発掘で、多様化するニーズに対応する取り組み

点在する資源を“面”として活用する、広域連携による取り組み

市民の意識改革を図り、市民が積極的に参加する取り組み

主要施策

8月議論ポイント

(参考)第一次計画の主要施策

小樽観光の方向性①

ゆっくりと時間が流れるまち・おたる(時間消費型観光の推進)

- ①観光資源の発掘と整備の推進 ②観光情報提供ネットワークの拡充 ③歩いて回れる観光地づくり ④いやしの観光地づくり
- ⑤伝統ある行祭事と魅力あるイベントの充実 ⑥環境や景観づくり意識の向上 ⑦伝統技術の観光活用 ⑧夜の魅力づくり ⑨リピーターづくり

小樽観光の方向性②

心と体においしいまち・おたる(ホスピタリティ意識の向上)

- ①おもてなし意識のレベルアップ ②接客サービスの向上 ③交流観光を担うリーダーの育成 ④外国人対応の向上 ⑤小樽ならではの食の提供
- ⑥食文化を生かした魅力づくり ⑦専門店文化の発展・継承

(参考)第一次計画の主要施策

小樽観光の方向性③

海を感じさせるまち・おたる(海と港の活用)

- ①観光交流空間としての港湾施設等の活用
- ②防波堤の観光活用
- ③ぱるて築港地域の魅力の向上
- ④港での多彩なイベントの開催
- ⑤観光資源としての海の活用

小樽観光の方向性④

路をつなぐまち・おたる(観光プロモーションの推進)

- ①多様なニーズに合わせた旅行商品の開発「ニーズと文化をつなぐ」
- ②積極的な情報発信「ニーズとイメージをつなぐ」
- ③映画やテレビドラマ等の誘致推進
- ④観光大使制度の創設
- ⑤国内観光プロモーションの推進
- ⑥国際観光プロモーションの推進
- ⑦広域観光プロモーションの推進「わざ・みち・まちをつなぐ」